

公司代码：600250

公司简称：南纺股份

南京纺织品进出口股份有限公司

2022 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况			
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	南纺股份	600250

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马焕栋	张国霞
电话	025-83331634	025-83331603
办公地址	南京市秦淮区小心桥东街18号	南京市秦淮区小心桥东街18号
电子信箱	mahdong@sina.com	zgx@nantex.com.cn

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,867,370,716.83	2,020,502,566.48	-7.58
归属于上市公司股东的净资产	490,057,232.12	616,300,740.03	-20.48
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	436,374,937.11	430,402,153.47	1.39
归属于上市公司股东的净利润	-88,524,584.18	10,803,890.10	-919.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-93,394,634.53	355,164.55	-26,396.16
经营活动产生的现金流量净额	-98,195,064.11	12,737,885.68	-870.89
加权平均净资产收益率(%)	-16.00	1.19	减少17.19个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.2850	0.0348	-918.97
稀释每股收益(元/股)			

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)		13,988				
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		0				
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
南京旅游集团有限责任公司	国有法人	33.68	104,601,069	14,084,507	无	0
南京夫子庙文化旅游集团有限公司	国有法人	12.18	37,816,912	26,471,839	无	0
中国证券投资者保护基金有限责任公司	国有法人	5.99	18,609,302	0	无	0
梁晓方	境内自然人	1.51	4,682,900	0	无	0
南京商厦股份有限公司	国有法人	1.35	4,192,030	0	无	0
胡志剑	境内自然人	1.02	3,181,767	0	无	0
胡志炜	境内自然人	0.69	2,149,400	0	无	0
白效洪	境内自然人	0.60	1,857,100	0	无	0
邱礼雄	境内自然人	0.55	1,719,100	0	无	0
中国民生银行股份有限公司 一金元顺安元启灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.50	1,567,300	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，南京商厦股份有限公司为我公司控股股东南京旅游有限责任公司的控股子公司暨一致行动人，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。				

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无
---------------------	---

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 管理层讨论与分析

3.1 报告期内公司所属行业及主营业务情况说明

（一）报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司业务主要涉及商业贸易和旅游两大板块。贸易业务为公司传统业务，旅游业务为公司战略转型业务。公司坚持“旅游+商贸”双轮驱动，统筹推进，协同发展，推动公司逐步平稳转型。目前公司在证监会行业分类中仍属于批发业，在申万行业分类中仍属于商贸零售-贸易II-贸易III行业。

1、商业贸易板块

（1）贸易业务

公司贸易业务包括进出口贸易和国内贸易，主要通过子公司南京南纺开展，盈利模式为获取贸易差价。报告期内进出口业务以纺织品、服装、机电产品等为主，欧盟、南亚、澳新和美加为主要贸易国家和地区，以出口信用险为主要风险防范工具。进口业务主营一般化工品，以收取客户保证金和控制货权作为风险防范手段。国内贸易为近年来增长较多的业务，是进出口贸易业务的补充，报告期内以棉花、服装、建筑材料等产品为主。

（2）零售业务

子公司南商运营目前主要从事南京商厦单店百货零售业务，拥有南京商厦 20 年经营权，南京商厦是南京城北地区主要商业综合体，是集购物、餐饮、娱乐于一体的现代化、多功能、综合性大型百货商场，位列南京前 20 强。日常经营以百货商品销售为主体，主要采取与商品生产厂家或代理商联合经营的模式，并为联营专柜销售提供相应的场地、营销、管理、服务支持，配套餐饮、

休闲、儿童娱乐等综合体验功能，吸引客流，提升顾客到店率和交易量。

2、旅游板块

旅游业务主要在子公司秦淮风光开展。秦淮风光拥有南京夫子庙-秦淮风光带景区内秦淮河十里水上游览线 20 年特许经营权，主要业务为依托南京夫子庙-秦淮风光带景区的优质旅游资源，向游客提供内秦淮河水域的水上游船观光游览服务，以船票收入为主要收入来源，客户主要分为散客、旅行团客户和包船客户，销售渠道分为现场、线上与线下经销。经过多年的经营实践，秦淮风光积累了具有秦淮特色的游船管理、运营经验，在游船硬件设施、服务管理、市场占有率、单船年载客数和载客率等方面居南京地区领先地位。

(二) 行业情况说明

1、商贸行业

2022 年上半年，我国高效统筹疫情防控和经济社会发展，着力稳定宏观经济大盘，外贸进出口实现稳步增长。据海关统计，今年上半年我国货物贸易进出口总值 19.8 万亿元人民币，同比增长 9.4%。其中，出口 11.14 万亿元，增长 13.2%；进口 8.66 万亿元，增长 4.8%。当前，新冠肺炎疫情和国际环境更趋严峻复杂，我国外贸发展仍面临一些不稳定不确定因素，保稳提质还面临不少压力。但是我国经济韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变。随着国家稳经济一揽子政策措施的落地见效，复工复产有序推进，我国外贸仍有望继续保持稳定增长。

今年以来，新冠肺炎疫情和乌克兰危机影响交织叠加，世界经济面临滞胀困局和衰退风险；我国发展面临的需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力持续显现，经济恢复的基础尚不稳固，二季度经济下行压力明显加大。根据国家统计局发布的数据，上半年国内生产总值 56.26 万亿元，同比增长 2.5%，社会消费品零售总额 21.04 万亿元，同比下降 0.7%，全国网上零售额 6.30 万亿元，同比增长 3.1%，上半年，最终消费支出拉动经济增长 0.8 个百分点。其中，二季度受疫情冲击影响，最终消费支出向下拉动当季经济 0.9 个百分点。随着高效统筹疫情防控和经济社会发展成效持续显现，一系列稳增长促消费政策举措落实落细，消费需求总体持续恢复发展，消费仍是中国经济稳定、抗击各种风险挑战的坚实支撑。

2、旅游行业

2022 年上半年，受新冠肺炎疫情多点散发和局地小范围暴发的影响，我国旅游行业继续承受较大压力，弹性出游需求收缩，节假日旅游出游人次同比下降。根据国内旅游抽样调查统计结果，2022 年上半年，国内旅游总人次 14.55 亿，比上年下降 22.2%；国内旅游收入 1.17 万亿元，比上年下降 28.2%。上半年我国国内旅游呈现以下几个特点：一是年初平稳开局，二季度受疫情影响较大；二是端午节假期旅游探底回升；三是游客消费偏好和出行方式显著变化。旅游产品结构加

速调整、持续转型，国内旅游在困境中萌生新的增长动能。随着政府有关部门出台的一揽子纾困帮扶政策措施持续发力，特别是国家发展改革委、文化和旅游部等 14 部门联合印发的《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》在各地落实，疫情防控形势向好，各地文化和旅游活动逐步恢复，旅游市场开始回暖，但旅游企业仍将承受巨大的生存压力。

3.2 经营情况的讨论与分析

2022 年上半年，国内疫情多地频发，国际地缘政治冲突加剧，宏观环境更趋复杂严峻。公司坚持“稳中求进”工作总基调，立足“旅游+商贸”双主业，平稳有序开展各项工作。

报告期内，公司实现营业收入 4.36 亿元，较去年同期增长 1.39%；实现归属于上市公司股东的净利润-8,852.46 万元，同比由盈转亏，主要是受疫情和房地产行业持续调整等因素影响，公司重要联营企业本期业绩同比大幅下滑，公司投资收益同比大幅下降所致。

（一）主要业务经营情况

1、贸易业务

2022 年上半年，受国内疫情和俄乌冲突影响，叠加原材料价格高位宽幅震荡、物流运输受限、物流成本高企等不利因素，贸易业务面临更艰巨的挑战。贸易子公司南京南纺业务及管理团队克服重重困难，积极采取有效应对措施，实现贸易总体规模稳中有升。上半年实现贸易收入 2.87 亿元，较去年同期增长 24.76%。主要举措有：一是在存量客户和产品上挖潜，努力开拓增量，进口业务在上海发生疫情，主要客户、进口港、报关行、货物仓储均在上海的情况下，审慎评估行业形势和客户风险，采取多种有效手段满足客户真实终端需求，进口订单开证量未减反增，内贸砂石、棉花等业务上半年也实现逆势大幅增长。二是进口、出口、内贸三大业务板块持续推进新客户的接洽和新产品的开发，取得实质性进展，已陆续开展与新客户的合作。

2、零售业务

2022 年上半年，子公司南商运营克服疫情不利影响，紧盯经营目标，多措并举提升业绩，上半年实现营业收入 7,508.69 万元，较去年同期增长 18.82%。主要得益于以下措施：一是开展精准营销，以“增客流、促业绩”为核心，发挥会员营销优势，加强线下 VIP 活动，提升会员粘性，另一方面丰富营销宣传形式，加强新媒体应用，加大抖音、小红书等宣传引流。二是挖掘品类优势，对黄金、手机数码、床品、运动、儿童等具备一定区域竞争优势的品类，深耕细作，出新专柜改变品牌形象，扩大面积提升店铺级次，丰富货品拓宽受众，充分挖掘品牌市场价值和业绩空间，实现业绩提升。三是开拓自营业务，以“拓渠道、提规模”为目标，积极开拓自营、批发业务，与国际化妆品代理公司合作，开展进口化妆品批发分销业务，寻找市场占有率高、可操作性

强的品牌接洽，探索总经销、总代理分销模式，全力拓展经营规模，努力提升经营质量。

3、旅游业务

2022 年上半年，国内疫情从年初即呈现多地爆发态势，3 月南京爆发疫情，子公司秦淮风光游船业务停工停运一月有余，随后周边省市陆续爆发疫情，导致秦淮风光外地客源大幅减少，经营持续低迷。上半年秦淮风光实现营收 2,010.50 万元，同比下降 66.41%。面对前所未有的困难和挑战，秦淮风光一方面积极探索新媒体抖音平台直播及达人探景点等网络营销模式，推出船票特惠活动，带动本地市民消费，另一方面深入挖掘现有资源潜力，开辟内秦淮河东五华里新航线，新航线途经泮池码头—白鹭洲公园—七彩水街—东水关，再向北延伸至复成桥，已于报告期内开通运营。未来东五华里新线路将与即将开通的西五华里航线“联手”，形成一条完整的“十里秦淮”水上旅游观光带。

（二）文旅转型持续推进

2022 年上半年，公司持续推进文旅转型。一是结合控股股东促进上市公司转型承诺，进一步梳理旅游集团内部旅游资产资源，以提升上市公司盈利能力和资产质量为目标，研究论证资源整合路径和可行性；二是深入各地调研，持续寻找外部优质文旅产业投资并购项目，积极储备项目资源；三是加大对旅游子公司秦淮风光的资本投入，积极参与秦淮风光股票定向发行，进一步增强秦淮风光资本实力，同时进一步推动秦淮风光对内秦淮河十华里水上游览线的开发利用，打造新的增长点，东五华里航线延伸线路，提升票价增加收益，西五华里航线实行错位差异化经营，在项目立意、旅游体验、技术创新等方面提档升级，采取国内首创的游船与演艺结合模式，采用光影手法、场景布景等技术手段，打造游河、观影、互动于一体的沉浸式体验，已于报告期末启动试运营。

（三）资产结构持续优化

2022 年以来，根据国企改革三年行动任务要求和推动国有企业高质量发展的精神，公司持续推进低效劣势企业退出和资产处置工作，瘦身健体，提质增效。上半年启动了深圳同泰等低效企业的清算注销工作，深圳同泰项目已向法院递交强制清算申请，法院已立案受理，尚未收到法院裁定结果，同时研究论证子公司香港新旅、经纬照明股权转让方案，目前香港新旅股权转让项目已在南京市公共资源交易中心正式挂牌，经纬照明股权转让项目正在南京市公共资源交易中心预挂牌，交易如能顺利完成，将进一步优化公司资产结构，促进资源向主业和优质业务集中，并对公司业绩产生积极影响。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

适用 不适用